

EARTH DAY 2021

Miljøengasjementet – et generasjonsperspektiv

Norske Data

GAME CHANGERS



COVID-19 og miljøet - hva tenker de yngre?



Befolkningen ser ikke for seg å gå tilbake til mindre miljøbevisste vaner når restriksjonene pga. COVID-19 blir fjernet, og de yngre ser i mye større grad for seg at de vil ha endret adferd etter Corona sammenlignet med sin adferd før pandemien:

- ❖ I befolkningen under 40 år ser vi en mye større **villighet til å øke innsatsen for å unngå matkasting**. 3 av 10 under 40 år vil gjøre mer for å unngå å kaste mat, mot om lag 2 av 10 over 40 år.
- ❖ Denne gruppen vil også **endre reise- og transportvanene sine i størst grad**. De vil i mindre grad enn andre fly på ferie som før og de (spesielt de under 30 år) er også tydeligere på at de vil endre transportform bort fra bil og over til sykkel eller til fots (hele 1 av 3 under 30 år vil gjøre dette mot 1 av 10 over 60 år).
- ❖ De yngre er også **mer bevisste på innkjøp**, ved at de i større grad enn andre ser for seg å bare kjøpe det de trenger og handle brukt i stedet for nytt. Om lag 1 av 3 under 30 år sier de vil gjøre mer på disse områdene.

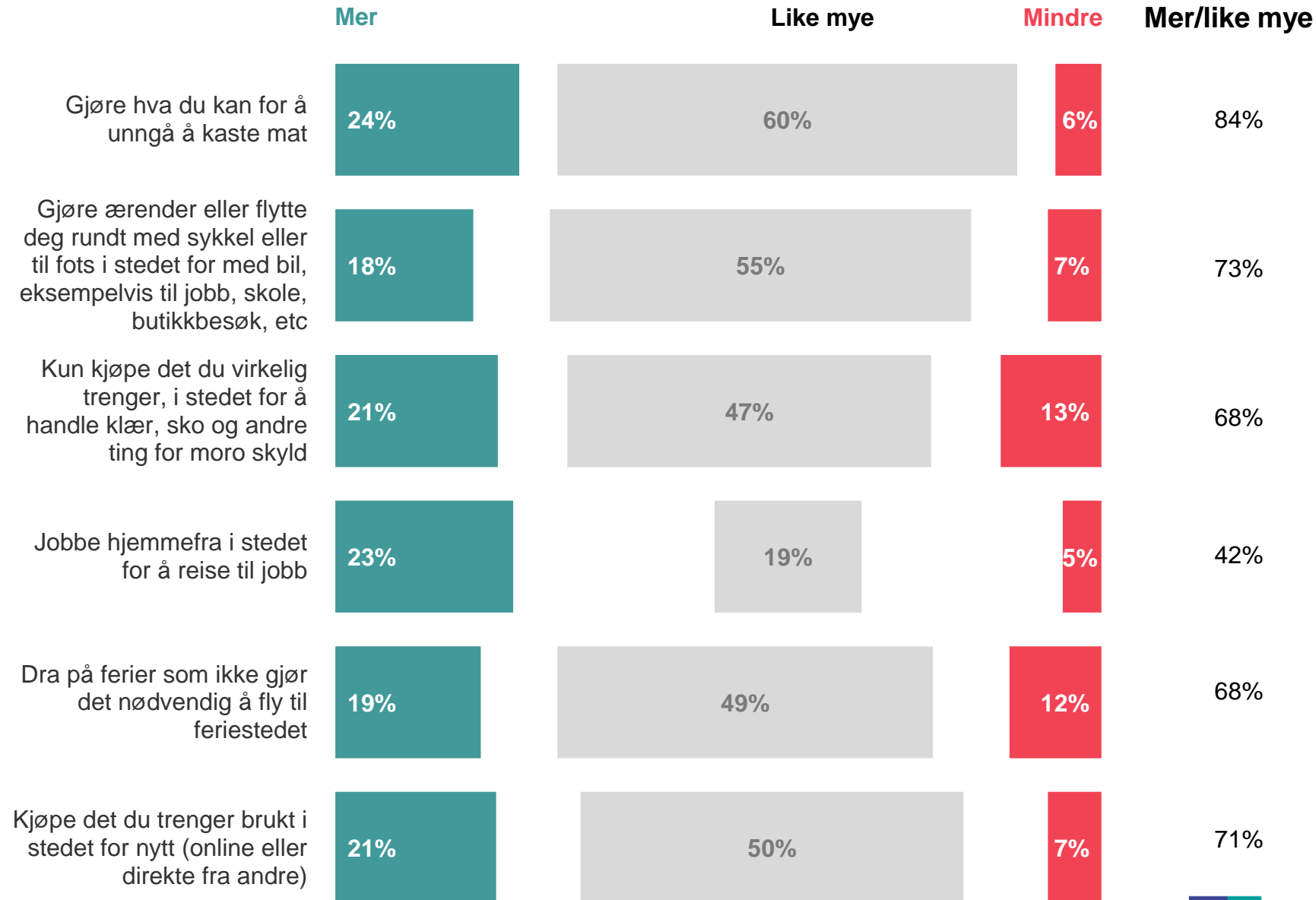


Befolkningen ser ikke for seg å gå tilbake til mindre miljøbevisste vaner når restriksjonene pga. Corona blir fjernet

Tall for Norge

Q. Hvordan forventer du at din adferd vil endre seg når restriksjonene som er innført på grunn av coronaviruset blir fjernet?

Tror du at du vil gjøre mer, mindre eller like mye av følgende sammenlignet med før Coronapandemien?



Base: Onlineundersøkelse med personer 18+, 519 respondenter, 14-19 april 2021

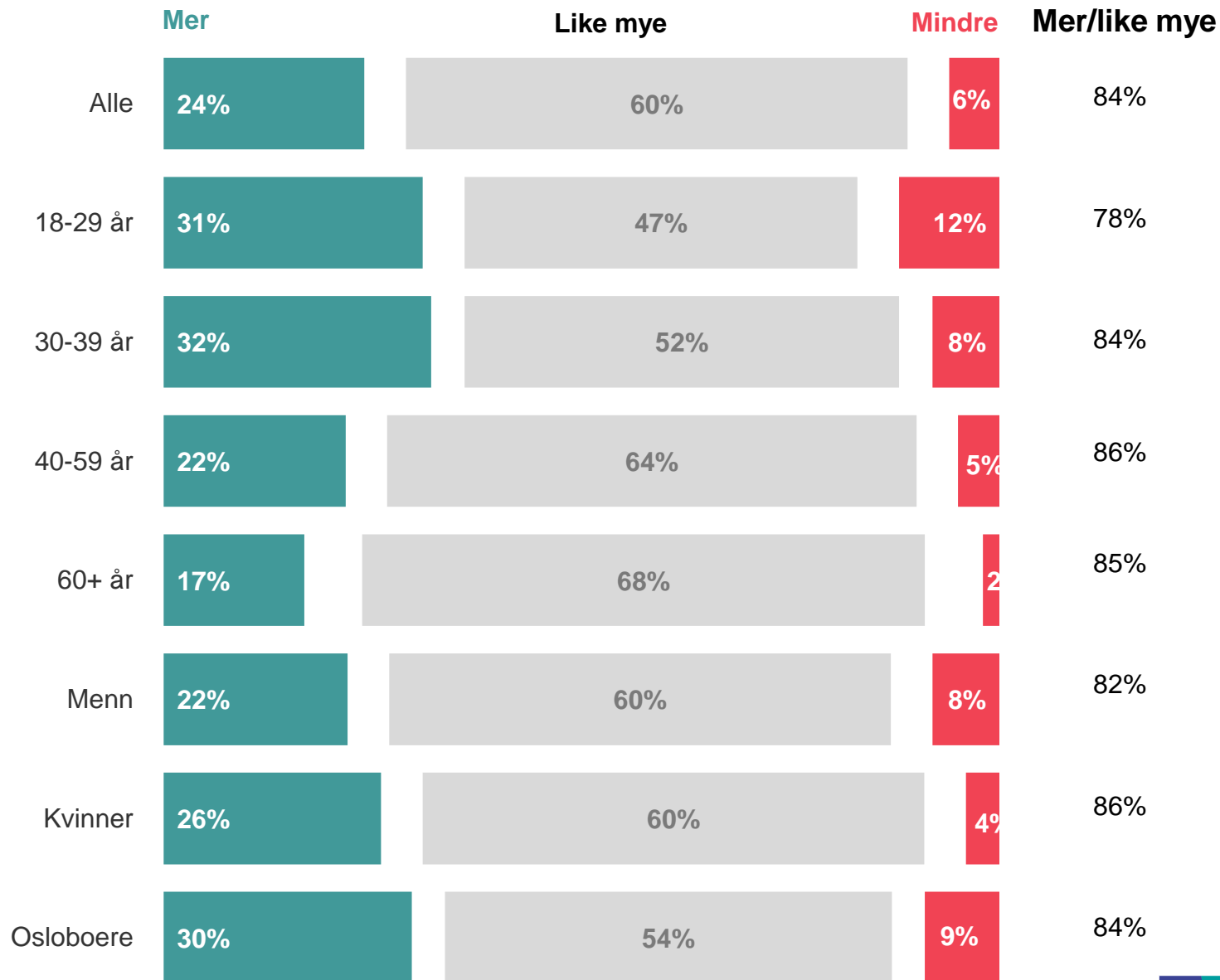
GJØRE ALT DU KAN FOR Å UNNGÅ Å KASTE MAT:

Personer under 40 år ser i større grad for seg at de vil endre sin adferd med hensyn til matavfall. Osloboerne er på linje med den yngre delen av befolkningen.

Tall for Norge

Q. Hvordan forventer du at din adferd vil endre seg når restriksjonene som er innført på grunn av coronaviruset blir fjernet?

Tror du at du vil gjøre mer, mindre eller like mye av følgende sammenlignet med før Coronapandemien?



Base: Onlineundersøkelse med personer 18+, 519 respondenter, 14-19 april 2021

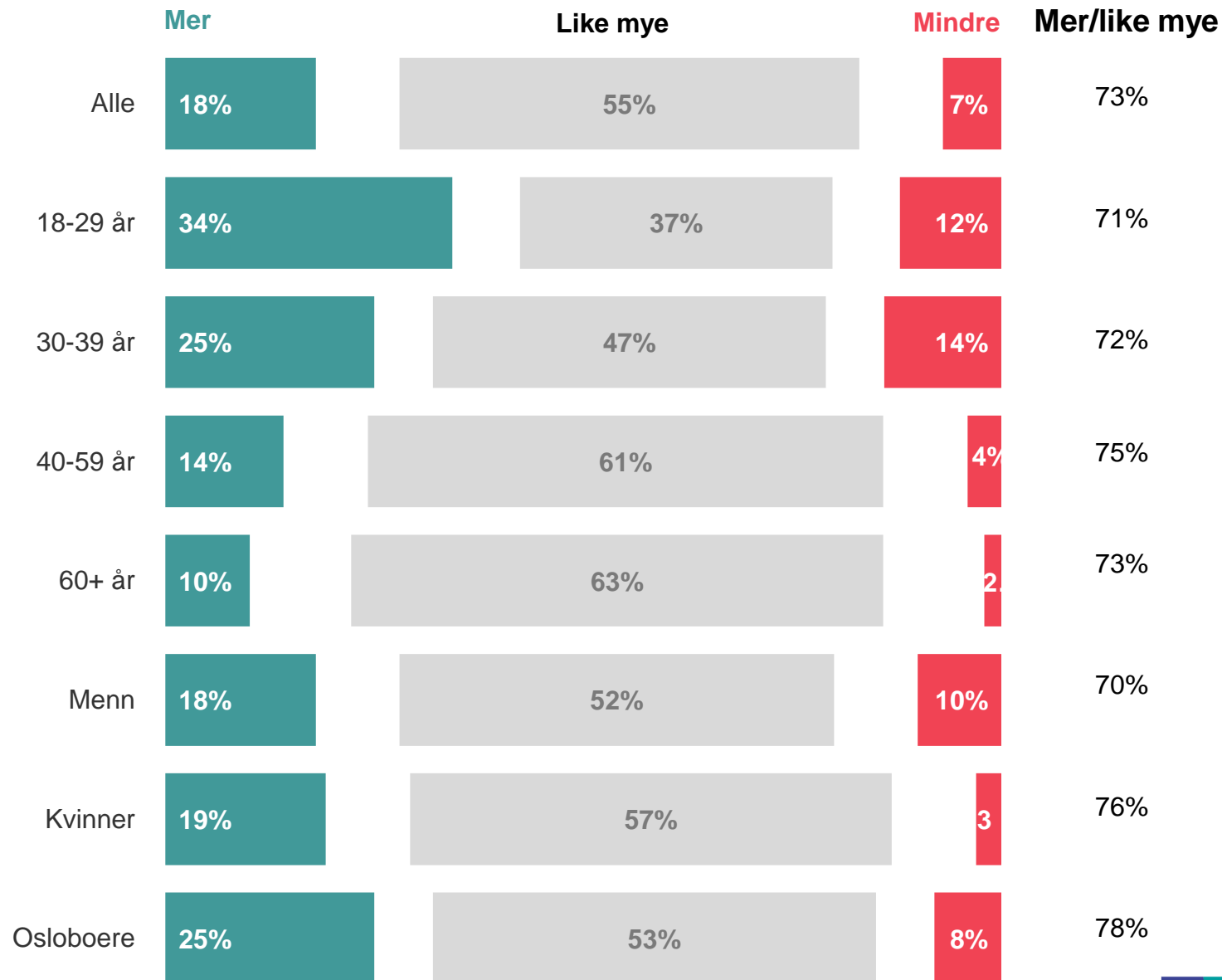
GJØRE ÆRENDER ELLER FLYTTE DEG RUNDT MED SYKKEL ELLER TIL FOTS I STEDET FOR MED BIL:

De yngre er tydeligere på at de vil endre vaner bort fra bil og over til sykkel eller til fots. De som bor i Oslo oppgir også dette i større grad, ikke overraskende i en større by.

Tall for Norge

Q. Hvordan forventer du at din adferd vil endre seg når restriksjonene som er innført på grunn av coronaviruset blir fjernet?

Tror du at du vil gjøre mer, mindre eller like mye av følgende sammenlignet med før Coronapandemien?



Base: Onlineundersøkelse med personer 18+, 519 respondenter, 14-19 april 2021

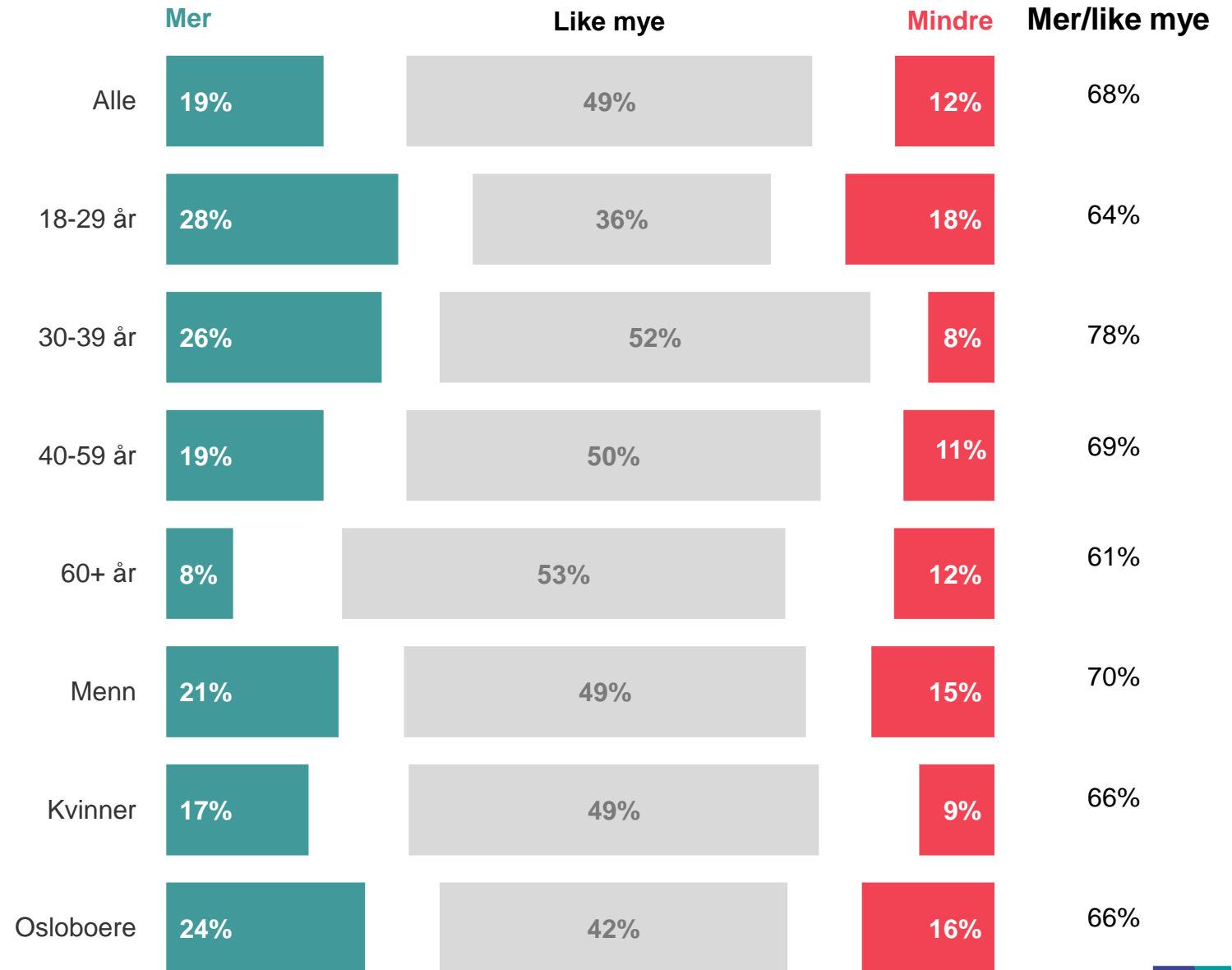
DRA PÅ FERIER SOM IKKE GJØR DET NØDVENDIG Å FLY TIL FERIESTEDET

De yngre vil endre reisevanene i størst grad. De vil i mindre grad enn andre fly på ferie som før.

Tall for Norge

Q. Hvordan forventer du at din adferd vil endre seg når restriksjonene som er innført på grunn av coronaviruset blir fjernet?

Tror du at du vil gjøre mer, mindre eller like mye av følgende sammenlignet med før Coronapandemien?



Base: Onlineundersøkelse med personer 18+, 519 respondenter, 14-19 april 2021

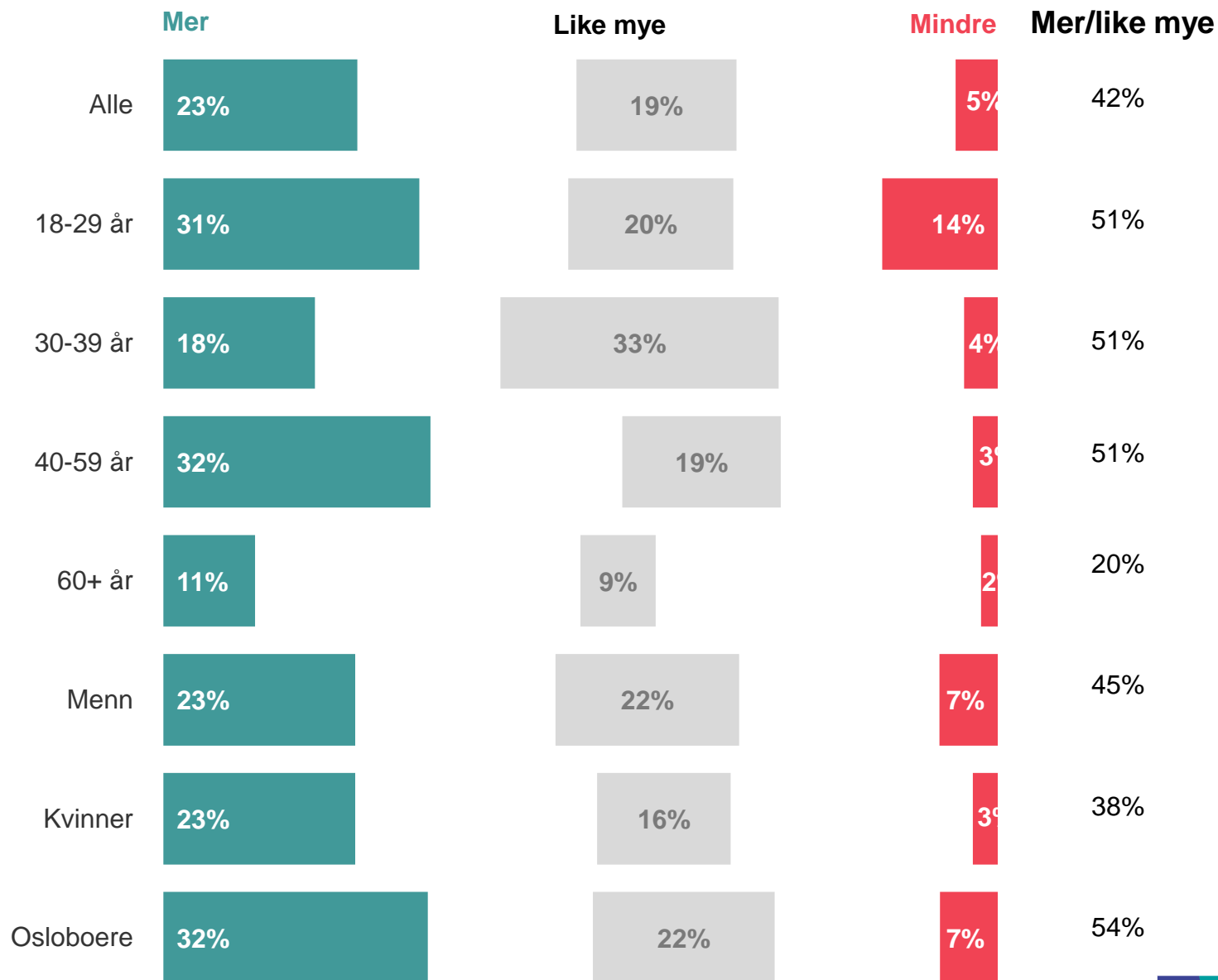
JOBBE HJEMMEFRA I STEDET FOR Å REISE PÅ JOBB:

Totalt sett ser vi for oss å heller jobbe mer enn mindre hjemme etter at pandemien er over. Imidlertid er dette ikke relevant for halvparten av befolkningen, og heller ikke for 3 av 4 over 60 år.

Tall for Norge

Q. Hvordan forventer du at din adferd vil endre seg når restriksjonene som er innført på grunn av coronaviruset blir fjernet?

Tror du at du vil gjøre mer, mindre eller like mye av følgende sammenlignet med før Coronapandemien?



Base: Onlineundersøkelse med personer 18+, 519 respondenter, 14-19 april 2021

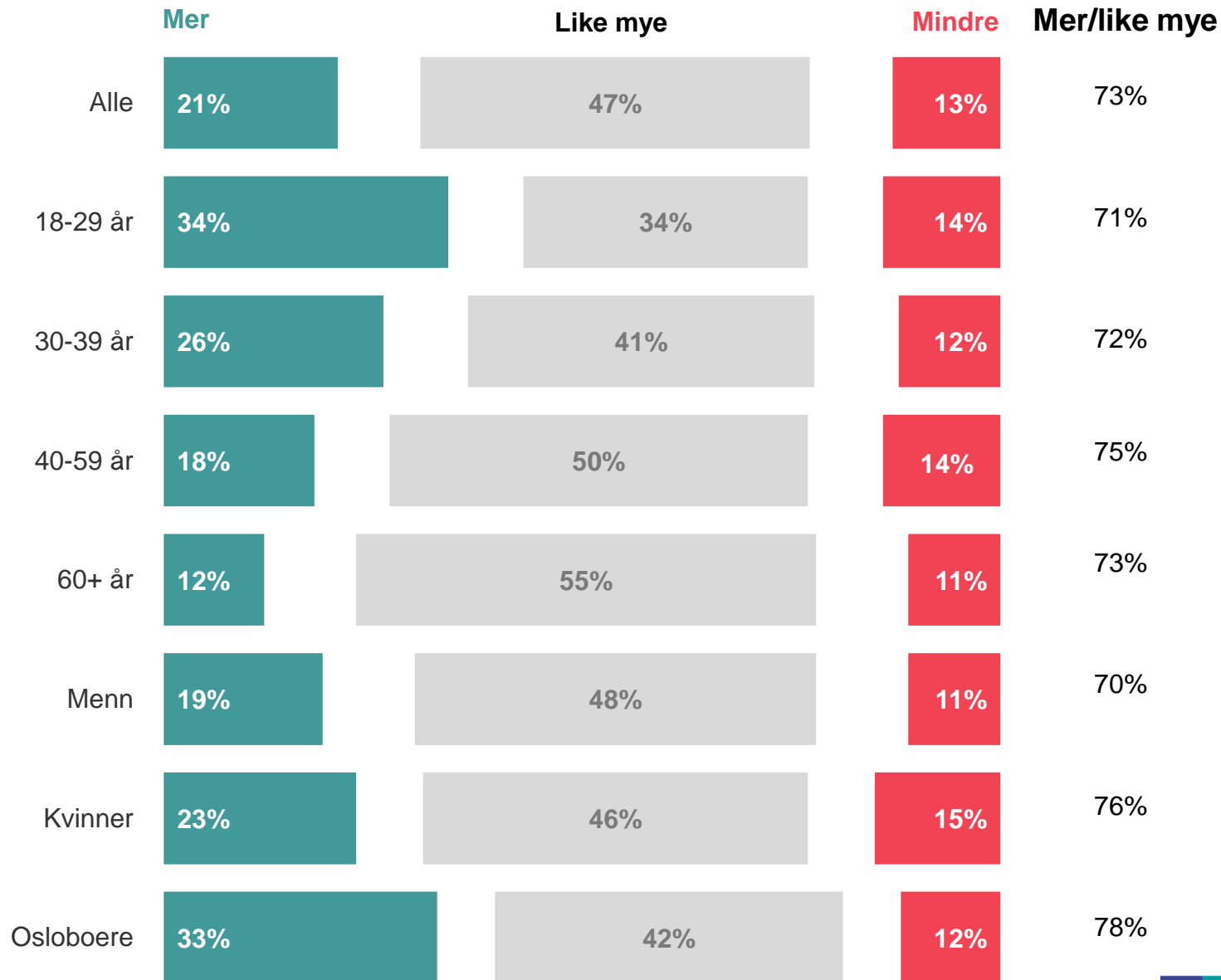
KUN KJØPE DET DU VIRKELIG TRENGER I STEDET FOR Å HANDLE FOR MORO SKYLD:

1 av 3 under 30 år ser for seg at de vil handle mindre «for moro» fremover. Det samme gjelder de som bor i Oslo. Et mindretall ser også ut til å savne shoppingen.

Tall for Norge

Q. Hvordan forventer du at din adferd vil endre seg når restriksjonene som er innført på grunn av coronaviruset blir fjernet?

Tror du at du vil gjøre mer, mindre eller like mye av følgende sammenlignet med før Coronapandemien?



Base: Onlineundersøkelse med personer 18+, 519 respondenter, 14-19 april 2021

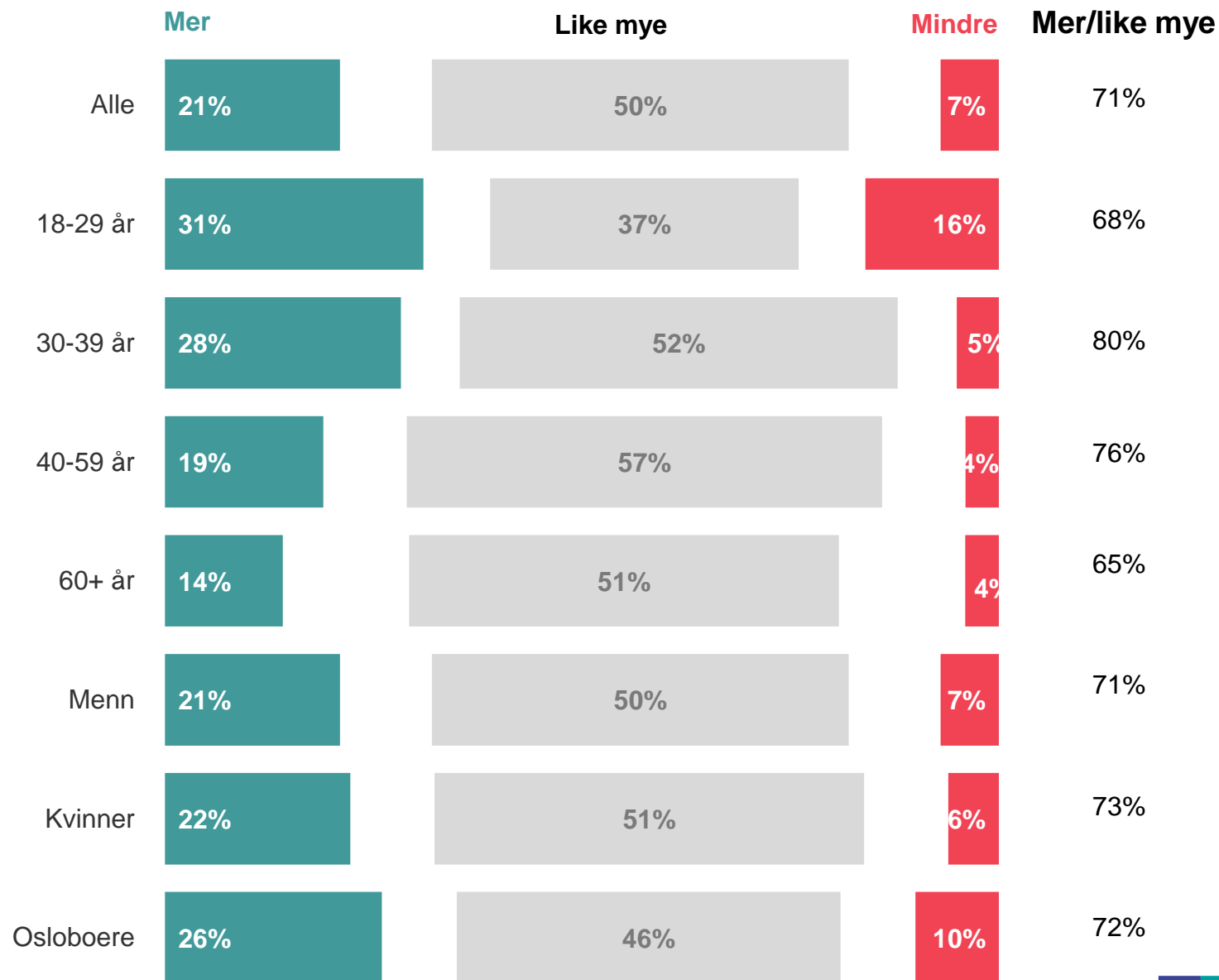
KJØPE DET DU TRENGER BRUKT I STEDET FOR NYTT:

Yngre ser i størst grad for seg at de vil handle mindre nytt og mer brukt enn før. Ingen kjønnsforskjeller på dette området.

Tall for Norge

Q. Hvordan forventer du at din adferd vil endre seg når restriksjonene som er innført på grunn av coronaviruset blir fjernet?

Tror du at du vil gjøre mer, mindre eller like mye av følgende sammenlignet med før Coronapandemien?



Base: Onlineundersøkelse med personer 18+, 519 respondenter, 14-19 april 2021

Generelle miljøtiltak - hva tenker de yngre?

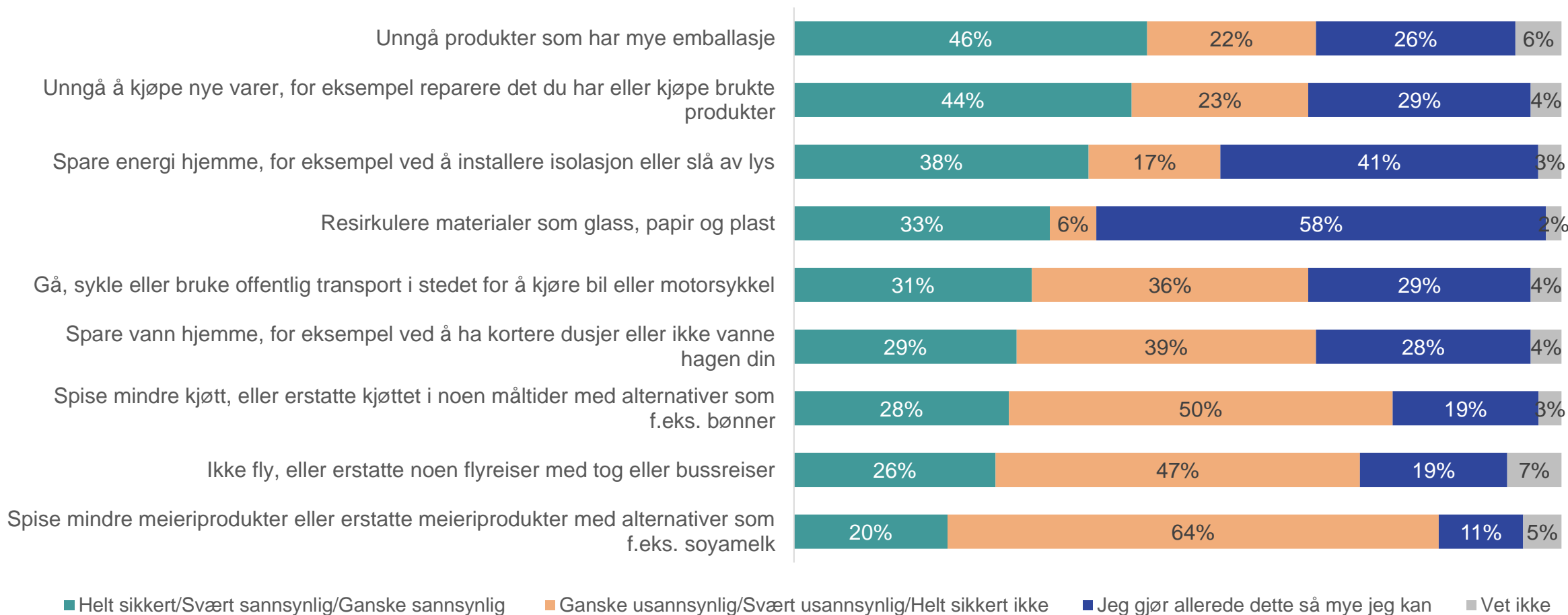
Videre ser vi at de yngre også på generelle miljøtiltak i større grad enn andre ønsker å gjøre endringer i miljøvennlig retning. Imidlertid ser vi at den eldre generasjonen allerede mener at de gjør en større innsats (de sier at de i større grad gjør så mye de kan på en del områder):



- ❖ **4 av 10 under 40 år mener de sannsynligvis vil resirkulere mer glass, papir og plast neste år**, mens 3 av 4 over 60 år sier det allerede gjør så mye de kan av dette.
- ❖ **De yngre er også mer positive til energisparing.** Halvparten av yngre sier de sannsynligvis vil spare mer energi hjemme neste år, mens halvparten over 60 år sier de sparer så mye de kan. De yngre er også noe mer positive til å spare vann hjemme neste år.
- ❖ Endring i kosthold vet vi både fra den norske og den globale undersøkelsen at sitter langt inne. Trenden med mindre kjøttspising og oppsving for vegetarmat kommer frem, mens det er mye større skepsis til å kutte ut meieriprodukter. **Også for kostholdsendring leder de yngre an.** Om lag 4 av 10 under 40 år mener de sannsynligvis vil spise mindre kjøtt neste år, mens dette gjelder ca. 2 av 10 over 40 år. For meieriprodukter ser kun ca. 1 av 10 over 40 år for seg å spise mindre av dette, mens blant de under 30 år er tilsvarende andel i underkant av 4 av 10.
- ❖ På noen områder er generasjonene enige. **Vi vil unngå overemballerte produkter** og vi vil i stor grad **unngå innkjøp av nye produkter** i de tilfeller der vi kan reparere eller kjøpe brukt.

Gjenbruk står sterkt i den Norske befolkning, og samtidig er vi opptatt av å redusere mengden emballasje. Resirkulering føler vi oss allerede gode på.

Tenk på ting du kan gjøre for å begrense ditt eget bidrag til klimaendringene, hvor sannsynlig eller usannsynlig vil det være at du gjør følgende endringer i løpet av det neste året?

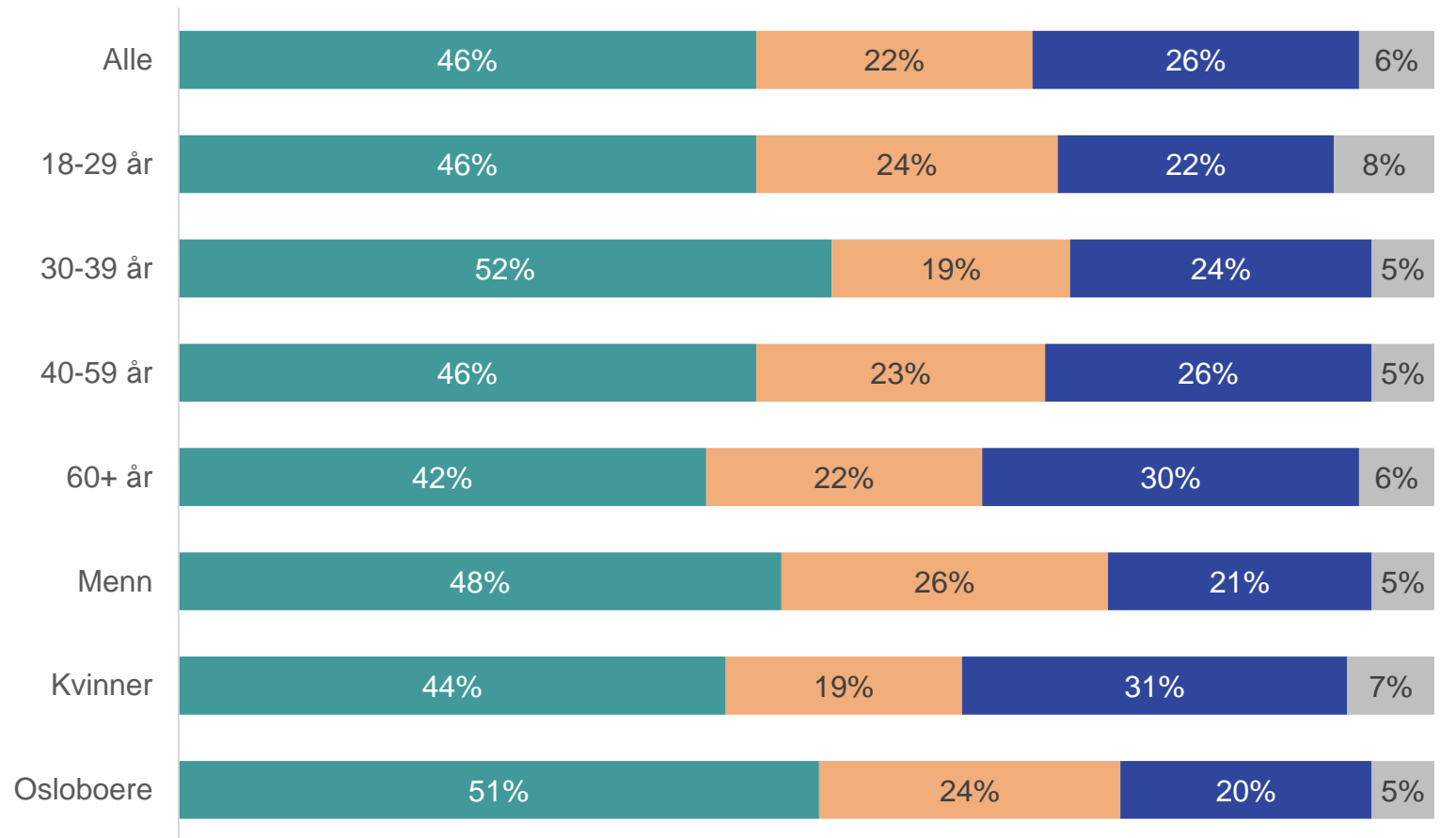


Sannsynligheten for å: UNNGÅ PRODUKTER SOM HAR MYE EMBALLASJE

Å unngå produkter med mye emballasje er et ønske fra nesten halvparten av befolkningen. Dette er et område som menn og kvinner i alle aldre er enige i.

Tall for Norge

Tenk på ting du kan gjøre for å begrense ditt eget bidrag til klimaendringene, hvor sannsynlig eller usannsynlig vil det være at du gjør følgende endringer i løpet av det neste året?



■ Helt sikkert/Svært sannsynlig/Ganske sannsynlig

■ Jeg gjør allerede dette så mye jeg kan

■ Ganske usannsynlig/Svært usannsynlig/Helt sikkert ikke

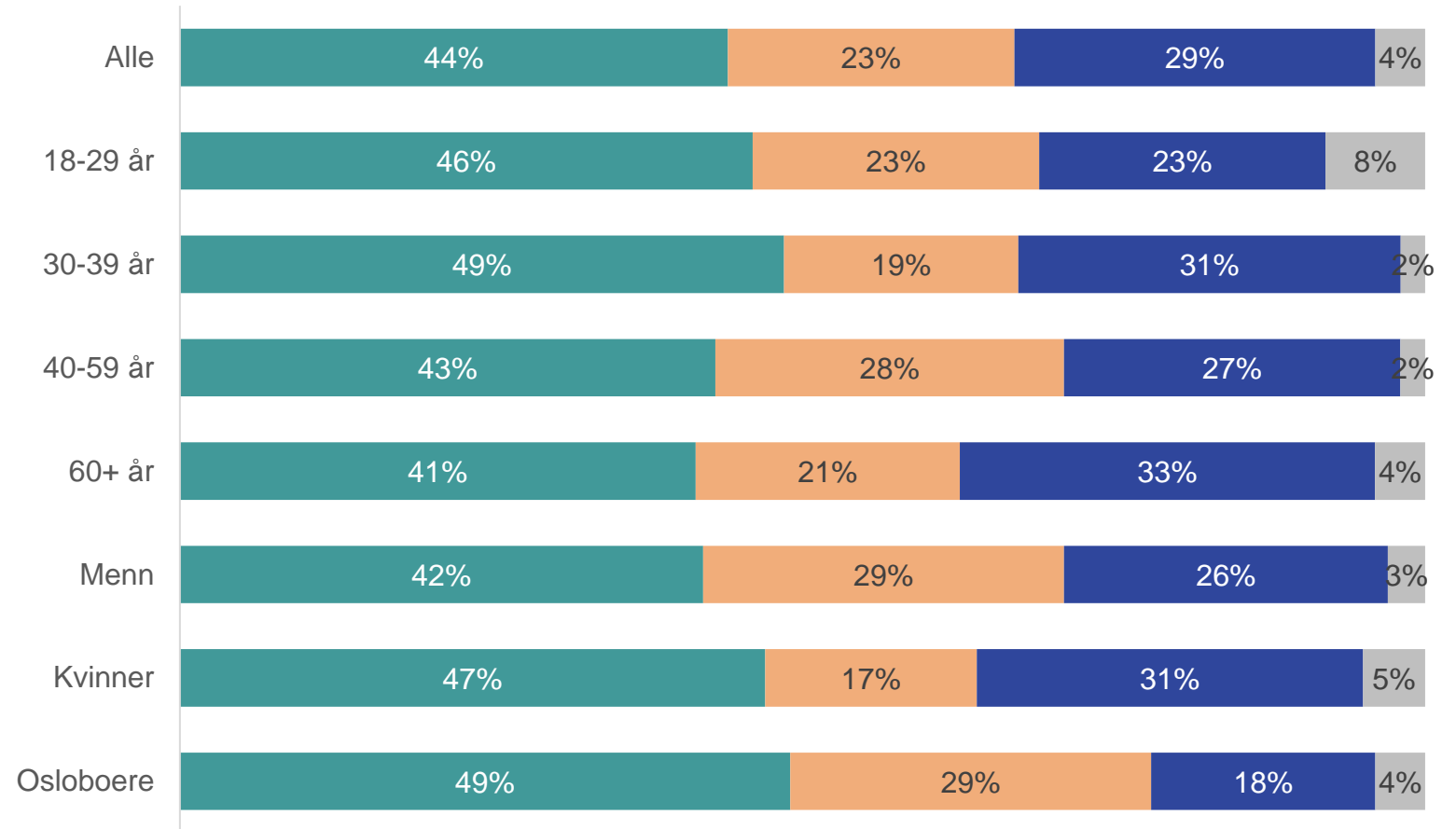
■ Vet ikke

Sannsynligheten for å: UNNGÅ Å KJØPE NYE VARER, FOR EKSEMPEL VED Å REPARERE DET DU HAR ELLER KJØPE BRUKTE PRODUKTER

Mer enn 4 av 10 ønsker å
satse på reparasjon/
gjenbruk i større grad, mens
3 av 10 mener de allerede
gjør maksimalt av dette.

Tall for Norge

Tenk på ting du kan gjøre for å
begrense ditt eget bidrag til
klimaendringene, hvor sannsynlig
eller usannsynlig vil det være at du
gjør følgende endringer i løpet av det
neste året?



■ Helt sikkert/Svært sannsynlig/Ganske sannsynlig

■ Jeg gjør allerede dette så mye jeg kan

■ Ganske usannsynlig/Svært usannsynlig/Helt sikkert ikke

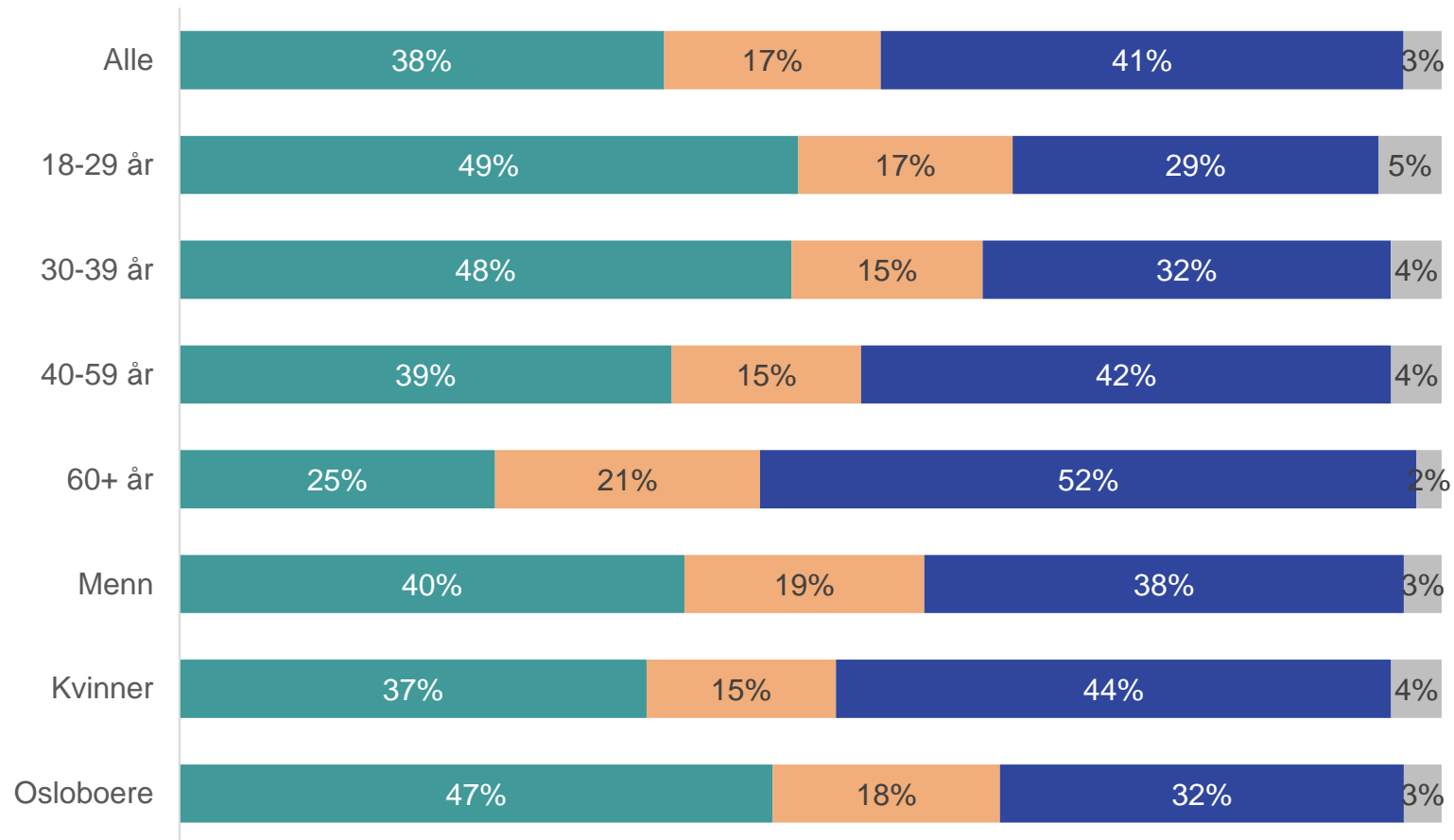
■ Vet ikke

Sannsynligheten for å: SPARE ENERGI HJEMME, FOR EKSEMPEL VED Å INSTALLERE ISOLASJON ELLER SLÅ AV LYS

Halvparten under 40 år
ønsker å spare energi
hjemme, mens de eldre i stor
grad mener at de allerede
gjøre så mye de kan.

Tall for Norge

Tenk på ting du kan gjøre for å begrense ditt eget bidrag til klimaendringene, hvor sannsynlig eller usannsynlig vil det være at du gjør følgende endringer i løpet av det neste året?



■ Helt sikkert/Svært sannsynlig/Ganske sannsynlig
■ Jeg gjør allerede dette så mye jeg kan

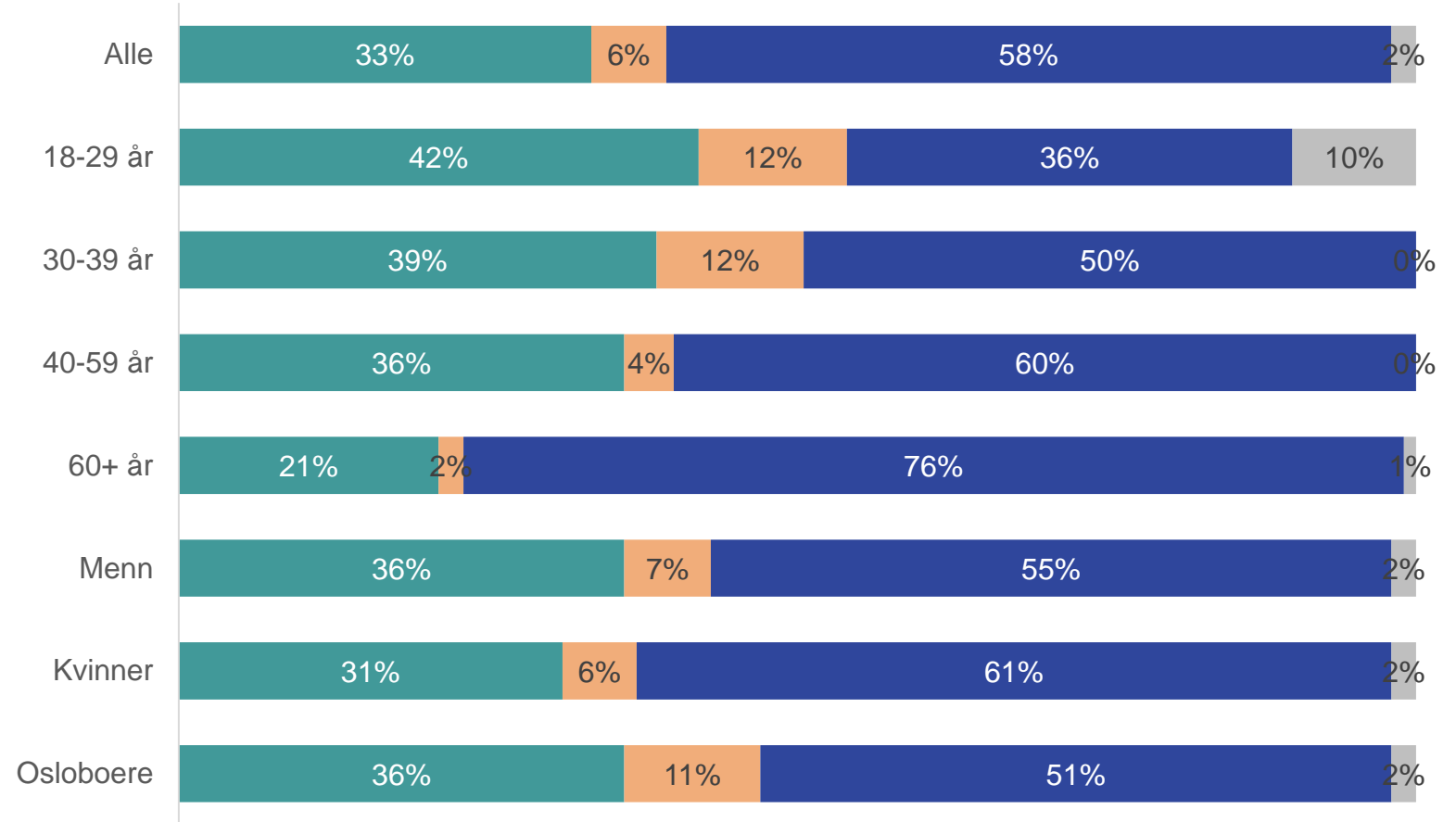
■ Ganske usannsynlig/Svært usannsynlig/Helt sikkert ikke
■ Vet ikke

Sannsynligheten for å: RESIRKULERE MATERIALER SOM GLASS, PAPIR OG PLAST

De yngre ser forbedringspotensiale som de ønsker å ta ut, mens den eldste generasjonen i stor grad mener at de resirkulerer det de kan.

Tall for Norge

Tenk på ting du kan gjøre for å begrense ditt eget bidrag til klimaendringene, hvor sannsynlig eller usannsynlig vil det være at du gjør følgende endringer i løpet av det neste året?



■ Helt sikkert/Svært sannsynlig/Ganske sannsynlig

■ Jeg gjør allerede dette så mye jeg kan

■ Ganske usannsynlig/Svært usannsynlig/Helt sikkert ikke

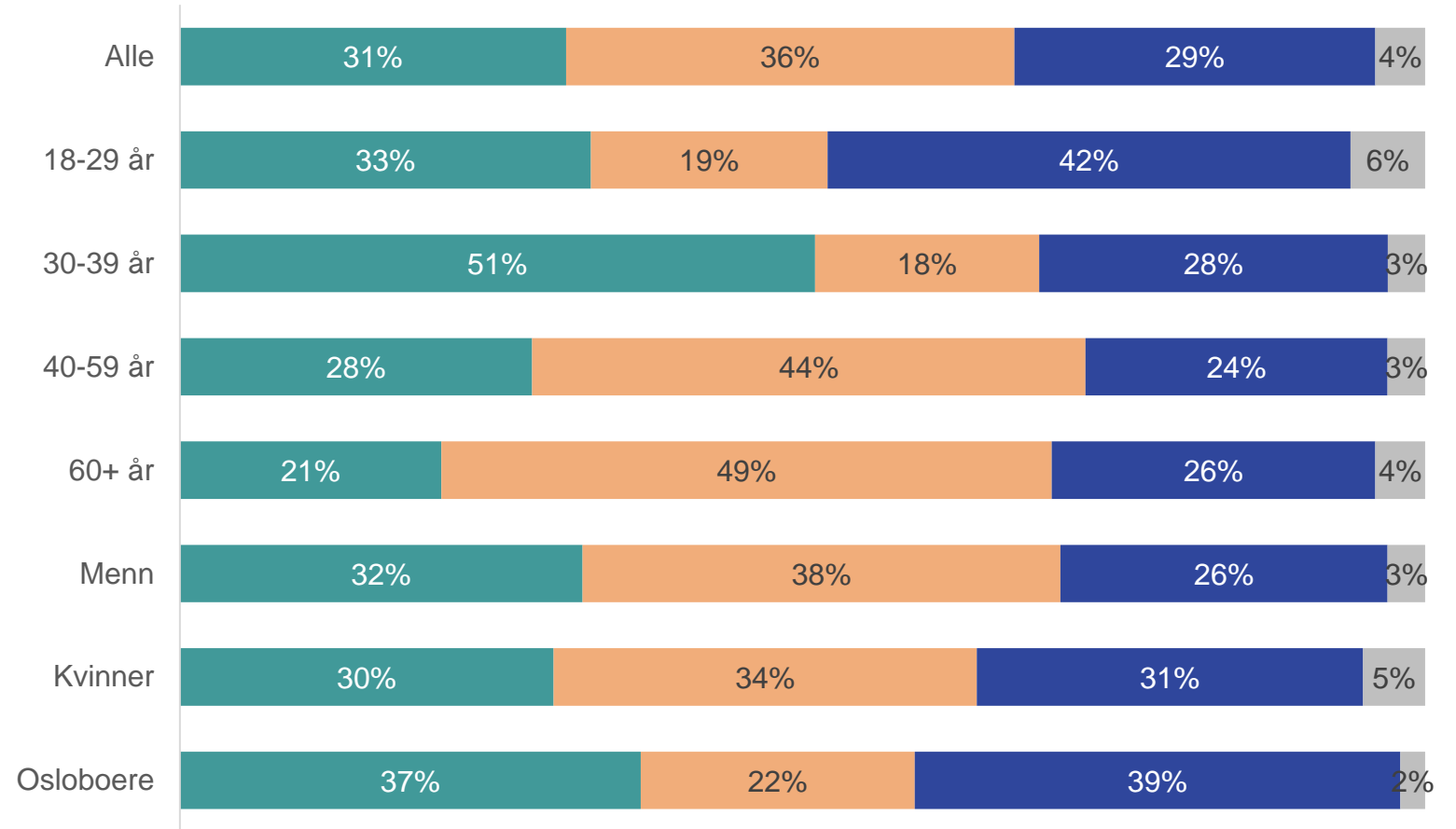
■ Vet ikke

Sannsynligheten for å: GÅ, SYKLE ELLER BRUKE OFFENTLIG TRANSPORT I STEDET FOR Å KJØRE BIL ELLER MOTORSYKKEL

Dette er et område der de yngste i stor grad opplever at de allerede er flinke. Også 4 av 10 Osloboere mener de allerede er flinke til å bruke andre alternativer enn bilen.

Tall for Norge

Tenk på ting du kan gjøre for å begrense ditt eget bidrag til klimaendringene, hvor sannsynlig eller usannsynlig vil det være at du gjør følgende endringer i løpet av det neste året?



■ Helt sikkert/Svært sannsynlig/Ganske sannsynlig

■ Jeg gjør allerede dette så mye jeg kan

■ Ganske usannsynlig/Svært usannsynlig/Helt sikkert ikke

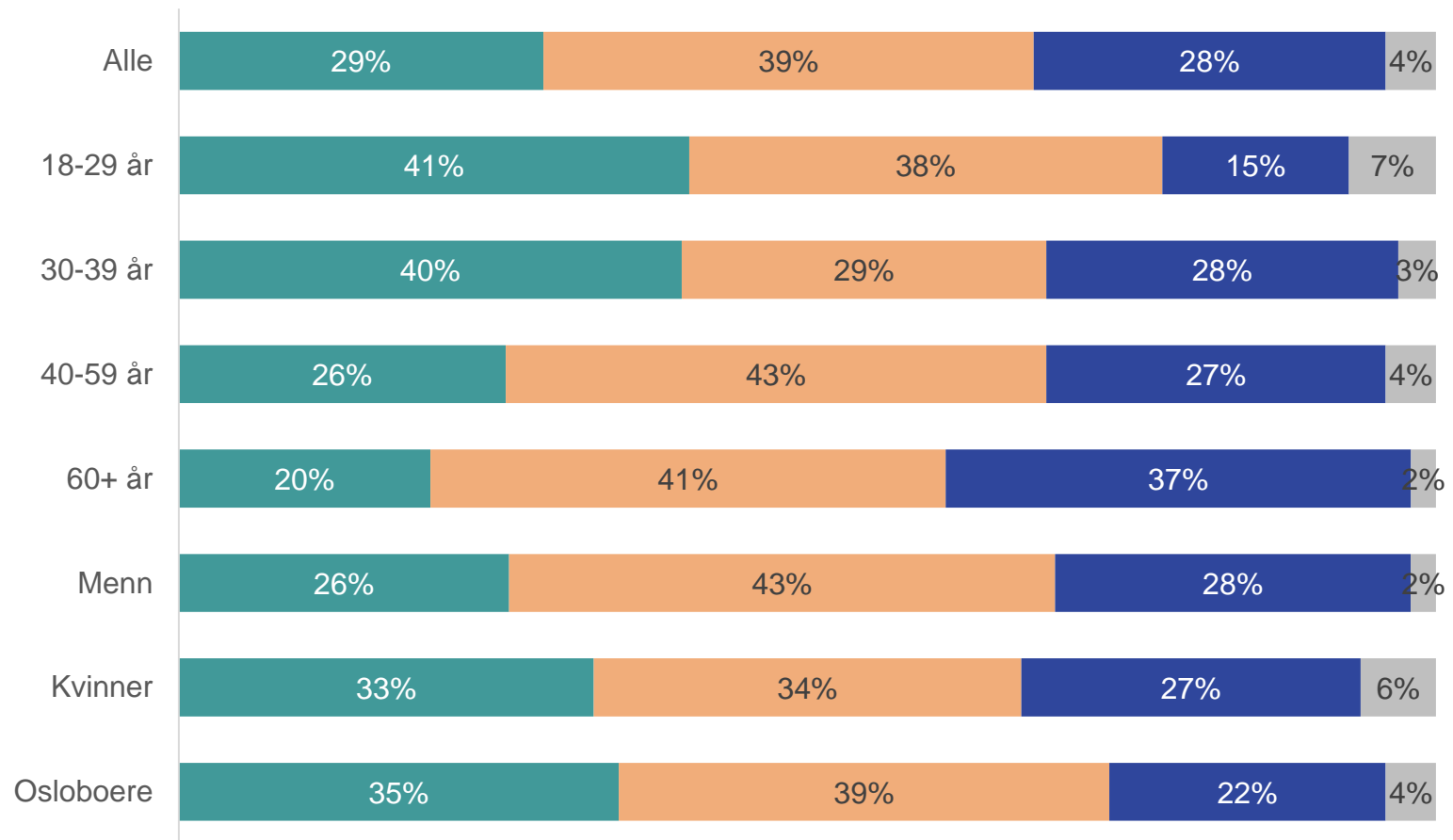
■ Vet ikke

Sannsynligheten for å: SPARE VANN HJEMME, FOR EKSEMPEL VED Å HA KORTERE DUSJER ELLER IKKE VANNE I HAGEN DIN

4 av 10 under 40 er innstilt på å spare vann og de under 30 ser et stort potensiale for forbedring. Kvinner er mer positive til dette enn menn.

Tall for Norge

Tenk på ting du kan gjøre for å begrense ditt eget bidrag til klimaendringene, hvor sannsynlig eller usannsynlig vil det være at du gjør følgende endringer i løpet av det neste året?



■ Helt sikkert/Svært sannsynlig/Ganske sannsynlig

■ Jeg gjør allerede dette så mye jeg kan

■ Ganske usannsynlig/Svært usannsynlig/Helt sikkert ikke

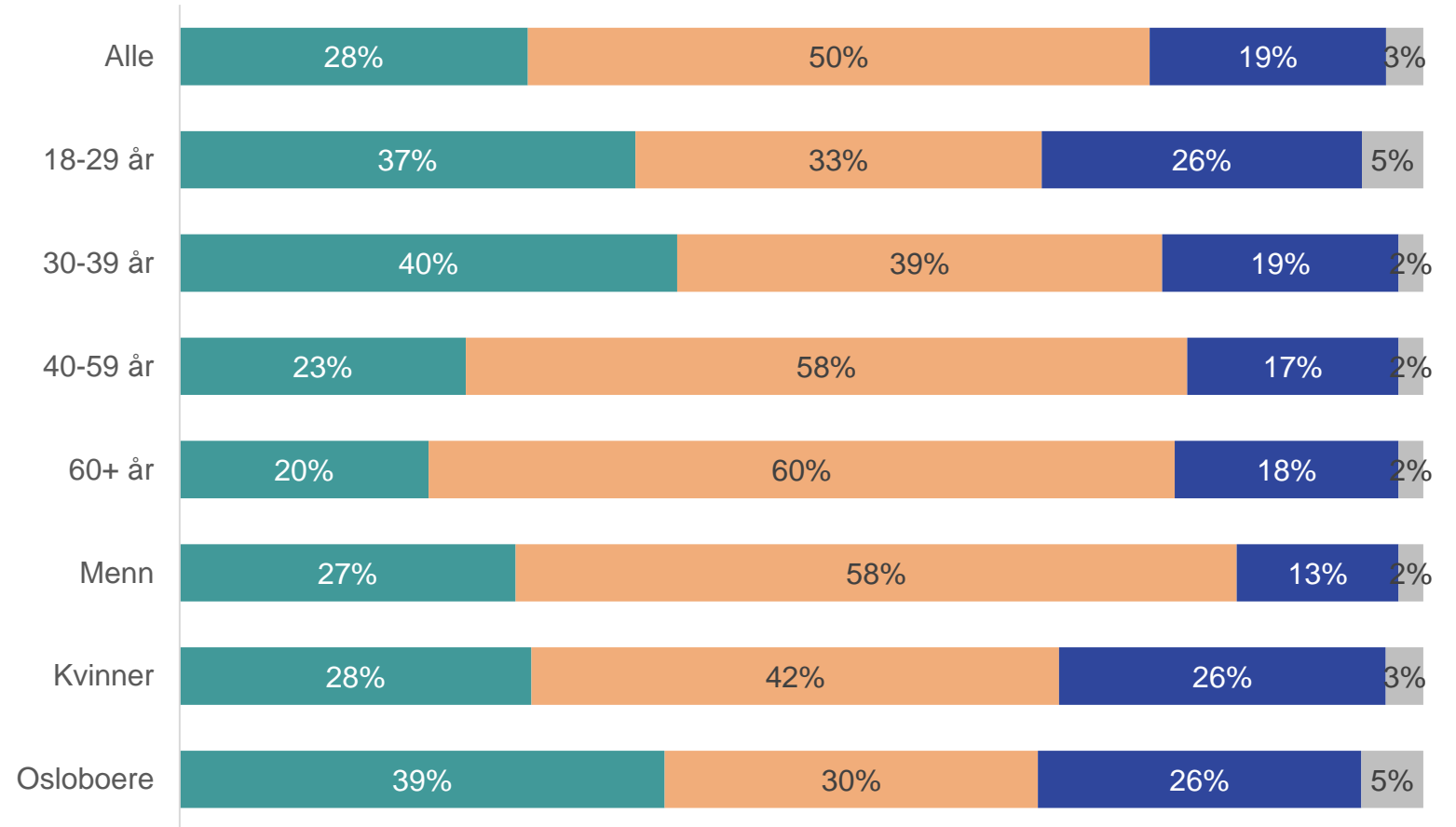
■ Vet ikke

Sannsynligheten for å: SPISE MINDRE KJØTT, ELLER ERSTATTE KJØTTET I NOEN MÅLTIDER MED ALTERNATIVER SOM F.EKS. BØNNER

Vi ser et klart generasjonsskille når det gjelder matinntak. En høy andel under 40 år er innstilt på å spise mindre kjøtt, mens de eldre ikke er særlig positive til dette.

Tall for Norge

Tenk på ting du kan gjøre for å begrense ditt eget bidrag til klimaendringene, hvor sannsynlig eller usannsynlig vil det være at du gjør følgende endringer i løpet av det neste året?



■ Helt sikkert/Svært sannsynlig/Ganske sannsynlig

■ Jeg gjør allerede dette så mye jeg kan

■ Ganske usannsynlig/Svært usannsynlig/Helt sikkert ikke

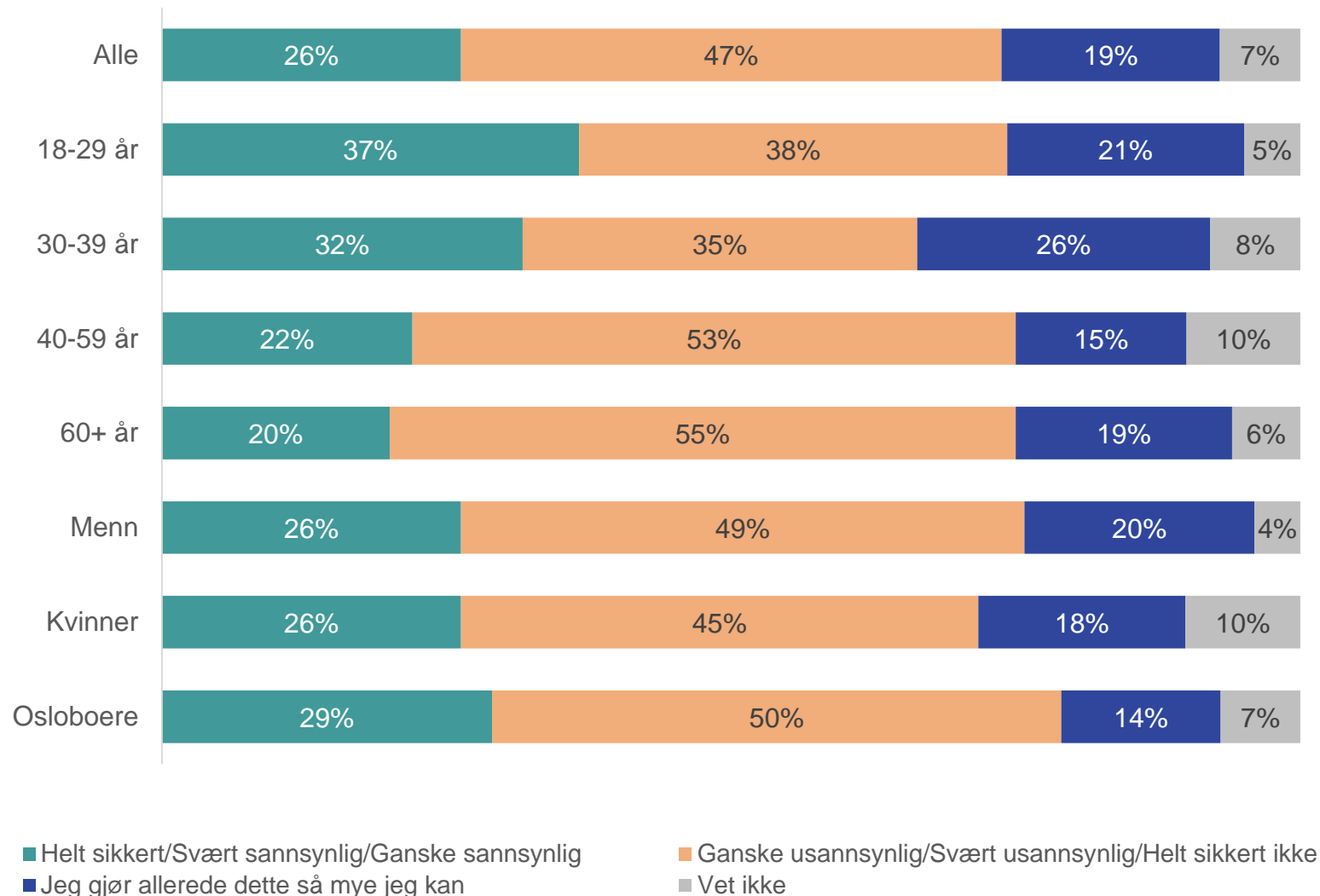
■ Vet ikke

Sannsynligheten for å: IKKE FLY, ELLER ERSTATTE NOEN FLYREISER MED TOG- ELLER BUSSREISER

Med unntak av de yngste er
vi ikke særlig villige til å
erstatte fly med buss og tog.

Tall for Norge

Tenk på ting du kan gjøre for å
begrense ditt eget bidrag til
klimaendringene, hvor sannsynlig
eller usannsynlig vil det være at du
gjør følgende endringer i løpet av det
neste året?



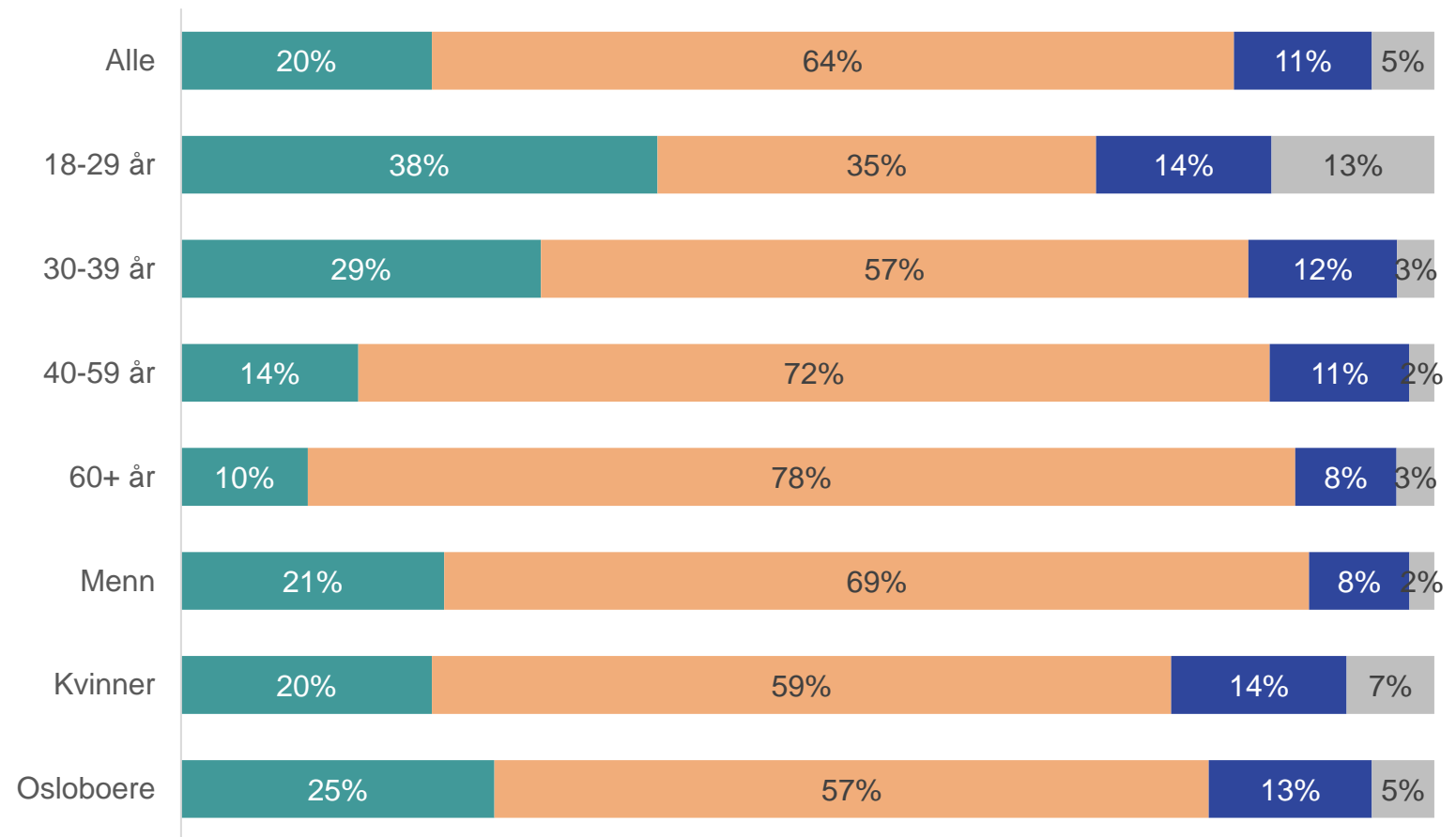
Base: 519 respondenter 18+ onlineundersøkelse gjennomført 14-19. April 2021

Sannsynligheten for å: SPISE MINDRE MEIERIPRODUKTER ELLER ERSTATTE MED ALTERNATIVER SOM F.EKS. SOYAMELK

Med unntak av de yngre er
skepsisen stor til å redusere
på meieriproduktene.

Tall for Norge

Tenk på ting du kan gjøre for å begrense ditt eget bidrag til klimaendringene, hvor sannsynlig eller usannsynlig vil det være at du gjør følgende endringer i løpet av det neste året?



■ Helt sikkert/Svært sannsynlig/Ganske sannsynlig

■ Jeg gjør allerede dette så mye jeg kan

■ Ganske usannsynlig/Svært usannsynlig/Helt sikkert ikke

■ Vet ikke

Kontakt

Anne Sørbråten

Anne.Sorbraten@ipsos.com

Tel: 907 70 280

ABOUT IPSOS

Ipsos is the third largest market research company in the world, present in 90 markets and employing more than 18,000 people.

Our research professionals, analysts and scientists have built unique multi-specialist capabilities that provide powerful insights into the actions, opinions and motivations of citizens, consumers, patients, customers or employees. Our 75 business solutions are based on primary data coming from our surveys, social media monitoring, and qualitative or observational techniques.

“Game Changers” – our tagline – summarises our ambition to help our 5,000 clients to navigate more easily our deeply changing world.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg
IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

In our world of rapid change, the need for reliable information to make confident decisions has never been greater.

At Ipsos we believe our clients need more than a data supplier, they need a partner who can produce accurate and relevant information and turn it into actionable truth.

This is why our passionately curious experts not only provide the most precise measurement, but shape it to provide True Understanding of Society, Markets and People.

To do this we use the best of science, technology and know-how and apply the principles of security, simplicity, speed and substance to everything we do.

So that our clients can act faster, smarter and bolder. Ultimately, success comes down to a simple truth:
You act better when you are sure.